**[A blue background with white text

Description automatically generated](https://it.smartsheet.com/try-it?trp=37978&utm_language=IT&utm_source=template-word&utm_medium=content&utm_campaign=ic-Brand+Positioning+Strategy-word-37978-it&lpa=ic+Brand+Positioning+Strategy+word+37978+it)MODELLO DI STRATEGIA DI**

**POSIZIONAMENTO DEL MARCHIO**

Shape, background pattern

Description automatically generatedSTRATEGIA DI POSIZIONAMENTO DEL MARCHIO

NOME DEL BRAND MANAGER

BRAND MANAGER

00/00/0000

STRATEGIA DI POSIZIONAMENTO DEL MARCHIO

Rispondi a queste domande per delineare la tua dichiarazione di posizionamento:

|  |  |
| --- | --- |
| Come dovrebbe essere posizionato il marchio rispetto alla concorrenza? |  |
| Quali sono le aziende della concorrenza? |  |
| Chi è il cliente o il settore target? |  |
| Cosa state cercando di comunicare? |  |
| Quali sono le nostre tagline? |  |
| Perché è stata avviata questa attività? |  |
| Come viene progettato e creato il prodotto o il servizio? |  |
| In cosa consiste l'unicità del prodotto o del servizio? |  |
| Come si sta posizionando attualmente il marchio? |  |
| In che modo la concorrenza sta posizionando i propri marchi? |  |

SCALA DEI VANTAGGI DEL MARCHIO

VANTAGGI PER VOLUMI D'ORDINE ELEVATI

VANTAGGI FUNZIONALI

Valori

e convinzioni

Benefici psicologici /emotivi

Vantaggi funzionali

Attributi /

funzionalità

Mercato di riferimento

Descrizione del mercato di riferimento

Descrizione degli attributi / delle caratteristiche

Descrizione dei vantaggi funzionali

Descrizione dei vantaggi psicologici / emotivi

Descrizione dei valori e delle convinzioni

DICHIARAZIONE DI POSIZIONAMENTO

|  |  |
| --- | --- |
| CLIENTE TARGET  A chi si rivolge il marchio. | Per... |
| PROBLEMA  Il bisogno insoddisfatto del cliente che il marchio risolve. | Chi ha bisogno o vuole... |
| CATEGORIA  Il contesto in cui il marchio compete. | Siamo... |
| PROPOSTA DI VALORE  Il vantaggio esclusivo che il tuo marchio fornisce. | Chi... |
| DIFFERENZIAZIONE  Ciò che ti distingue dalla concorrenza | Diversamente da... |
| MOTIVI PER CREDERE  Una o due considerazioni che dimostrano perché il tuo vantaggio è reale. | Perché... |

DICHIARAZIONE DI POSIZIONAMENTO DEL MARCHIO FINALE

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **DICHIARAZIONE DI NON RESPONSABILITÀ**  Qualsiasi articolo, modello o informazione sono forniti da Smartsheet sul sito web solo come riferimento. Pur adoperandoci a mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non offriamo alcuna garanzia o dichiarazione di alcun tipo, esplicita o implicita, relativamente alla completezza, l’accuratezza, l’affidabilità, l’idoneità o la disponibilità rispetto al sito web o le informazioni, gli articoli, i modelli o della relativa grafica contenuti nel sito. Qualsiasi affidamento si faccia su tali informazioni è pertanto strettamente a proprio rischio. |